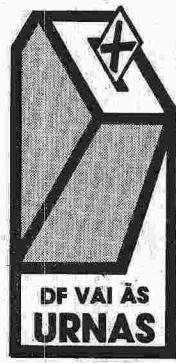


Custo de campanha chega a 700 milhões

Oswaldo Reis

Malu Pires



Dinheiro será a principal preocupação dos mais de 600 candidatos que disputam as eleições de 3 de outubro a partir deste mês. Depois de superarem as brigas internas para conseguir a indicação de seus nomes às vagas destinadas às chapas e superarem as dificuldades na composição de coligações, o obstáculo que enfrentarão agora será o custo de suas campanhas eleitorais. Especialistas políticos informam que uma campanha de primeira linha — realizada desde a indicação da convenção até a boca de urna — englobando desde os programas de vídeo até o material de propaganda impressa, brindes, assessoria de marketing político e contratação de pesquisas eleitorais — terá um custo entre Cr\$ 26,7 milhões a Cr\$ 712 milhões.

Uma campanha para deputado distrital, afirma, terá um custo de Cr\$ 26,7 milhões a Cr\$ 53,4 milhões. A de deputado federal ficará entre Cr\$ 44,5 milhões a Cr\$ 89 milhões. A de senador está orçada de Cr\$ 89 milhões a Cr\$ 178 milhões, e a de governador prevista para Cr\$ 534 a Cr\$ 712 milhões, valores estimados com base na cotação do dólar no paralelo de sexta-feira passada. Durante esta última semana, tanto os partidos como os candidatos tomaram conhecimento destes preços praticados pelas empresas do mercado eleitoral e já pensam em alternativas para conseguir compatibilizar pouco dinheiro com a necessidade da contratação de serviços especializados.

Um dos componentes que agrava esta situação é a retração do empresariado na participação das campanhas, tendo como justificativa a repercussão do Plano Collor na economia.

Reação

Na maioria dos partidos, este é um assunto tabu, razão pela qual quase todos os especialistas da área se recusam a ser identificados. Entretanto, entre as 16 agremiações que formam a Frente Comunitária, que tem candidato a governador e ex-ministro da Agricultura, Joaquim Roriz, está em fase de conclusão a proposta orçamentária que será apresentada ao Tribunal Regional Eleitoral (TRE).

Cotização pode ajudar pequenos

Alton C. Freitas

Uma das maneiras de se contornar o preço de uma campanha eleitoral é realizar uma pesquisa de mercado antes de contratar os serviços de firmas especializadas. Uma enquete eleitoral média com cerca de 1,5 mil entrevistados e cinco perguntas para um candidato a governador ou senador pode variar de Cr\$ 1 milhão a Cr\$ 500 mil, de acordo com a cotação do dólar no mercado paralelo de sexta-feira passada. Já uma pesquisa semelhante para um candidato a deputado federal ou distrital custará cerca de 80% mais.

Isto porque, informam os especialistas desta área, as bases eleitorais dos candidatos proporcionais são mais localizadas e, para um resultado seguro de sua aceitação junto ao eleitorado, é necessário o triplo de entrevistados para se chegar a um resultado seguro da intenção de voto.

Um indicado a deputado federal ou distrital pode ter uma votação expressiva em uma cidade-satélite para se eleger, mas isto só é constatado numa enquete sobre se no reduto houver um número significativo de entrevistados, assim como em todas as outras áreas do DF. Daí a razão pela qual a pesquisa para os candidatos majoritários é mais barata — suas bases têm de estar espalhadas por toda Brasília.

Conscientes desta situação as quatro empresas deste ramo que atuam em Brasília já pensam na realização de promoções para conseguir atingir a fatia dos candidatos majoritários sem dinheiro e os deputados federais e distritais. A divisão do preço da pesquisa por várias pessoas é a alternativa encontrada pelas firmas. O preço seria cotizado entre os indicados, e o resultado sobre a performance de cada um seria entregue.

Recomendações

Um trabalho de primeira linha, entretanto não entraria neste esquema já que uma análise detalhada dos dados e dicas de compor-

temento são cobrados à parte. Uma recomendação geral para todos que os especialistas dão aqui de graça é o seguinte: "Respeitar a inteligência do eleitor e cuidado ao apoiar ou criticar o Plano Collor".

O programa econômico ainda está em andamento, e, dependendo dos resultados, influirá no processo eleitoral. Se conseguir baixar a inflação, será interessante defendê-lo, apesar da demissão de funcionários públicos e a repercussão que isto trará ao eleitorado de Brasília. Caso o índice inflacionário cresça, o melhor será posicionar-se contra o governo. Certamente a identificação nesta hipótese dos candidatos ligados ao Plano Collor seria a arma mais eficiente para um candidato que faça oposição ao PRN.

Controle de doações é falho

A legislação que rege as doações em dinheiro ou material para os partidos e candidatos é avançada e democrática, mas não funciona na prática. Mesmo contendo penas e multas para seus infratores, as cassações de candidatura por abuso do poder econômico são raras e a fiscalização da parte das agremiações e do Judiciário é falha. Apesar disto Brasília é um dos únicos lugares onde houve isto: nas eleições de 1986 o ex-deputado Mário Athayde (PMDB-RO) e candidato à reeleição teve sua candidatura cassada por abuso do poder econômico.

A Lei diz que toda a propagan-

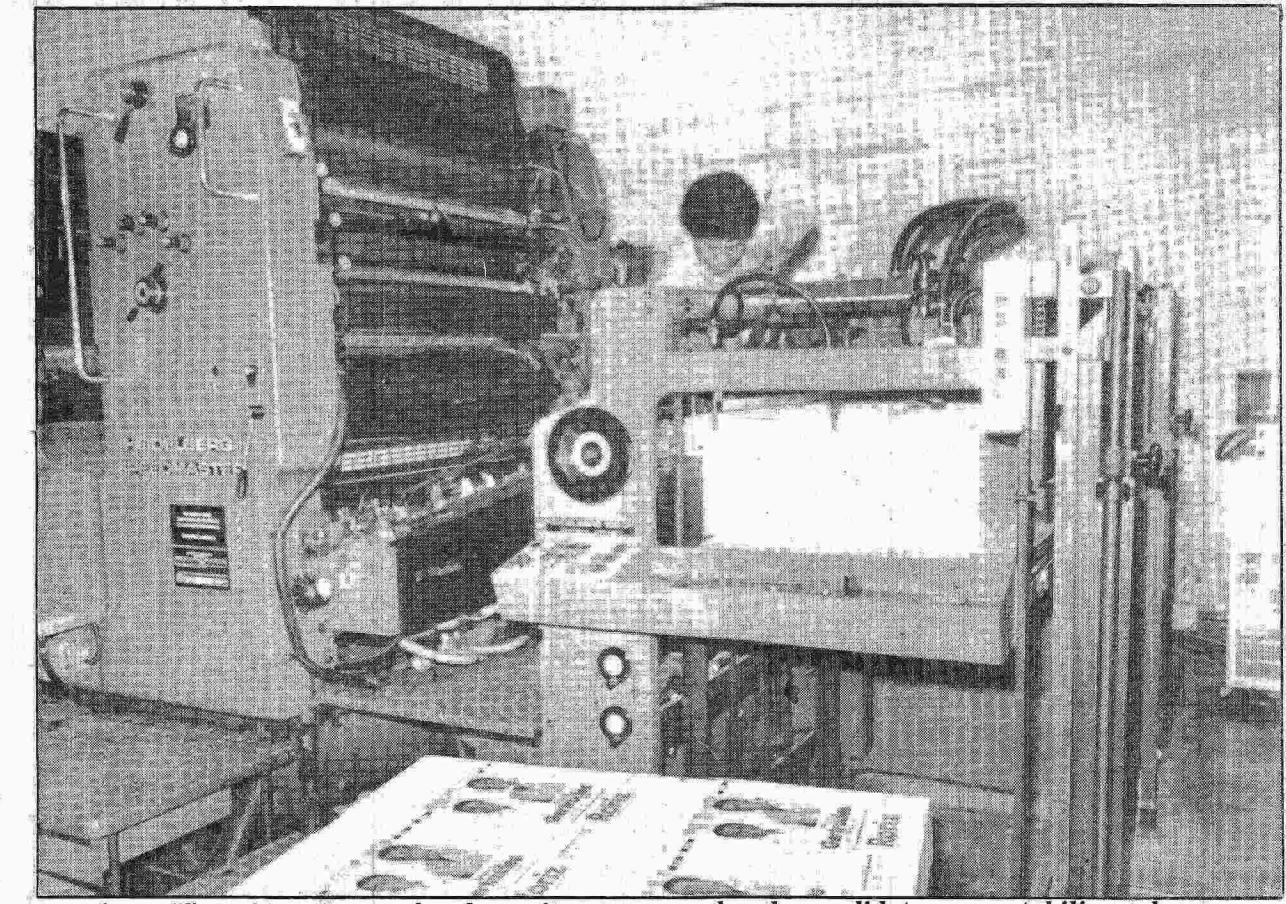
da eleitoral será realizada sob a responsabilidade dos partidos e coligações e por eles pagos. Nenhum candidato pode realizar individualmente despesas de caráter eleitoral, e, antes de iniciar a campanha, o partido deve comunicar a importância máxima que despendeira em cada pleito e qual o limite máximo para contribuições e donativos.

Além disto, só pessoas físicas podem dar contribuições até o teto de 200 salários mínimos - Cr\$ 771.552 mil aos valores de primeiro de julho.

Além disto, é vedado aos partidos receber donativos de qualquer espécie de empresas privadas de fi-

nalidade lucrativa, entidade de classe ou sindical. Toda a escrituração contábil da campanha deve ser entregue para a Justiça que também fiscalizará todo o processo de campanha, em conjunto com um comitê intrapartidário.

Segundo as firmas especializadas em assessoria, entretanto, a realidade é que a maioria das transações para apoio de campanha são feitas sem documentação legal.



As gráficas já estão recebendo muitas encomendas de candidatos e contabilizam lucros

Luta para conseguir verba

Jorge Cardoso

Entre as agremiações da Frente Popular Brasília — PDT, PSDB, PSB, PCB, PC do B, PEB e PV —, no Partido dos Trabalhadores, no Partido da Mobilização Nacional (PMN) e no Partido Trabalhista do Brasil (PT do B) as dificuldades financeiras não são novidade. Seus representantes não escondem que seu caixa de campanha eleitoral está a zero, e, vem daí a ênfase que dão ao trabalho da militância partidária, às doações de amigos e simpatizantes e ao trabalho voluntariado. Sem esquecer, contudo, que os empresários que quiserem aderir às suas ideias — sem compromisso — terão suas contribuições bem-vindas.

Isto significa que as campanhas eleitorais de Maurício Corrêa (Frente Popular Brasília), Carlos Saraiva (PT), Adolfo Lopes (PT do B) e Carlos Magno (PMN) estarão nas mãos dos seus simpatizantes, e militantes. A arrecadação de dinheiro se dará através de doações, rifas, vendas de camisetas e buttons, além da realização de festas e shows.

Será usando a influência que conseguiu junto ao eleitorado quando foi secretário de Serviço Social do Governo José Aparecido, e seus contatos como funcionário público e professor universitário que o candidato a governador do PT do B, Adolfo Lopes pretende realizar "encontros, jantares de adesão e festas" para a arrecadação de fundos. "Tenho a meu favor o trabalho comunitário que realizei durante os quase 30 anos em que estou em Brasília e conto com a criatividade dos companheiros de partido para realizar uma campanha digna e séria".

Efficiência

A campanha do senador Maurício Corrêa (PDT), candidato ao governo pela Frente Popular Brasília — formada pelo PSDB, PSB, PDT, PCB, PC do B, PEB e PV — será garantida pela militância de seus filiados e simpatizantes e pelo uso de técnicos e especialistas dos quadros da agremiação que trabalharão de graça para a efetivação da candidatura. "O caixa da coligação está a zero, mas esta é uma situação passagera, à medida em que o processo eleitoral deslanchará, tudo entrará nos eixos", assegurou o presidente do PSB, Sébastião de Abreu, acrescentando que a maioria do dinheiro arrecadado será usado para o pagamento do uso do equipamento de vídeo e as equipes de operação.

Este esquema também será utilizado pelo candidato do PT ao governo Carlos Saraiva, mas sua situação é mais cômoda em relação às outras agremiações citadas. O Partido dos Trabalhadores conta com as contribuições partidárias, o fundo de campanha, além do que 20% da arrecadação dos outros candidatos para suas campanhas será



Pompeu conta com família

destinado para uso do partido. Outro ponto favorável é que todo o material de propaganda como camisetas, buttons e adesivos serão vendidos ao eleitor, e não distribuídos gratuitamente. Os técnicos e assessores eleitorais trabalharão de graça para a realização do marketing exigido. Dentro deste contexto, a realização de festas, jantares, almoços e shows terão entradas pagas.

Família

A ajuda familiar será também um ponto forte para todos os partidos citados. E o caso, por exemplo, do senador da Frente Popular Brasília, Pompeu de Sousa (PSDB) do candidato do PDT a deputado federal Brígido Ramos, o candidato distrital do PMN, Antônio Feleja. E acentuado ainda o trabalho "corpo a corpo" com abordagem direta aos eleitores nas ruas ou em suas residências, esquemá central da campanha do indica ao Senado da Frente Comunitária, Valmir Campelo (PTB), segundo afirmou.

Mesmo os candidatos notoriamente pertencentes à classe com poder econômico — como o candidato ao Senado do Movimento Liberal Progressista, Lindberg Cury, o indicado a deputado federal Osório Adriano (PFL), e à Câmara Legislativa pelo PST, Zago — não descartam a realização destas atividades em suas campanhas. Com uma diferença, entretanto, confiam na cessão e doação de materiais de campanha por parte de seus correligionários.

Gráfica espera retomar lucros

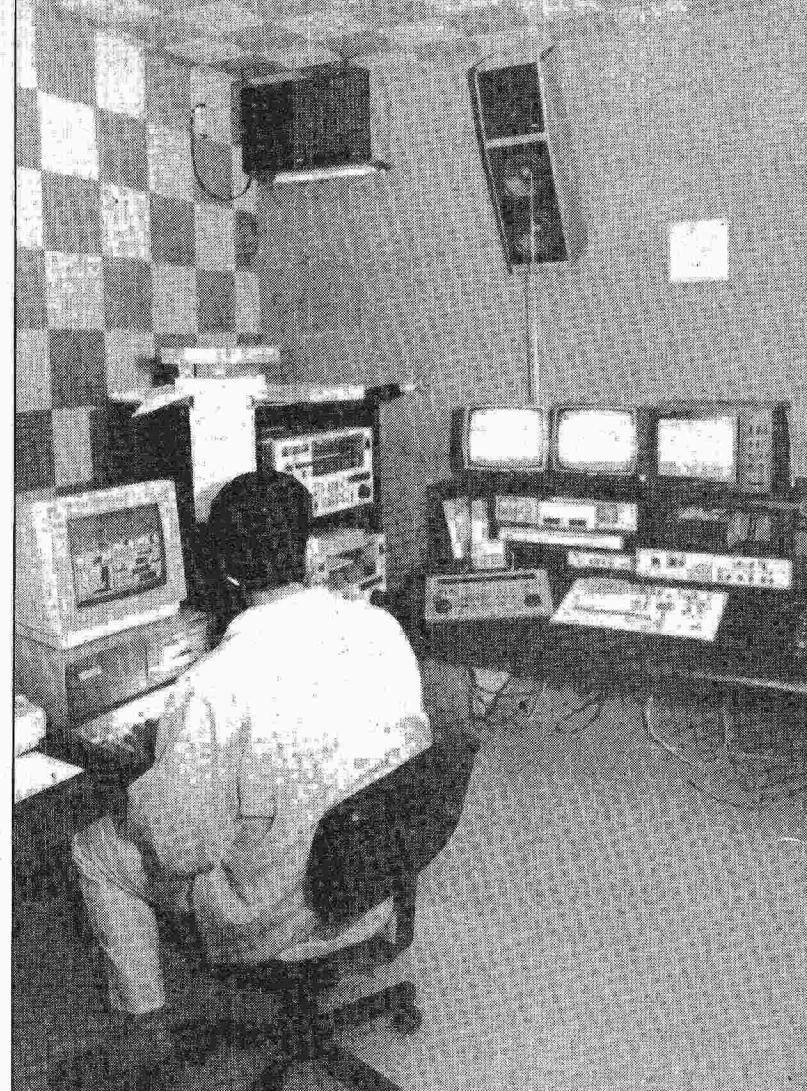
A campanha eleitoral deste ano será a esperada reação ao Plano Collor, pelo menos para as gráficas do Distrito Federal, que reduziram 90% de sua atividade após o início da reforma administrativa do Governo, que cortou praticamente todo serviço feito fora das gráficas estatais. Mas nem por isso cairam os custos para impressão de cartazes, santinhos e adesivos, e o presidente do Sindicato das Indústrias Gráficas, Antônio Carlos Navarro, acredita que a metade dos candidatos desiste no meio do caminho por falta de dinheiro para a campanha.

Ótimo fim da caixa 2 — um fundo informal que garante recursos de empresas às campanhas sem prestação de contas — é outro problema que os candidatos vão encontrar, devido à obrigatoriedade de emissão de cheques nominais e maior fiscalização eleitoral e da receita. Quem não reservar 35% de seus recursos para serviços gráficos não ganha eleição, avalia Navarro, devido às características geográficas do DF, com poucas cidades que exigem a presença dos candidatos em corpos constantes.

Reta Final

Para iniciar uma campanha a deputado distrital, Navarro calcula que o candidato precise de 3 a 4 milhões de cruzeiros "para buscar votos nos cantinhos", mas lembra que não faz muita diferença, em termos de custo, disputar a eleição para deputado federal ou distrital. Candidatos a cargos majoritários — como governador ou senador — deverão imprimir cerca de 100 folhadas de papel cada um, a um custo da faixa de 20 a 25 milhões de cruzeiros. Estes cálculos valem para Brasília já que, segundo Navarro, em São Paulo os candidatos com boas chances de eleição vão gastar pelo menos 12 vezes mais que em Brasília.

O movimento de trabalho nas gráficas de Brasília vai aumentar e entrar em ritmo mais forte em agosto e setembro — a chamada "reta final" da campanha. Mas os candidatos pequenos já demonstraram sua debilidade financeira. Conta o candidato a deputado federal Orlando Gertrudes que um candidato a distrital o procurou para fazer dobradinha por falta de 38 mil cruzeiros, comprometidos com uma gráfica que fazia seus "santinhos". (Oswaldo Buarim Júnior).



O preço de um vídeo para campanha assusta muitos candidatos